

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang melanda dunia menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, era globalisasi dapat memperluas pasar produk, namun di sisi lain keadaan tersebut justru menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Kesadaran produsen akan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini dapat dijadikan peluang bisnis yang potensial. Salah satu peluang bisnis potensial yang dapat dimanfaatkan oleh produsen dalam menghadapi persaingan adalah teknologi telekomunikasi.

Perkembangan dunia modern yang melaju dengan pesat, tentu saja membawa pengaruh kepada kehidupan manusia, hal yang paling mencolok adalah tentang komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya, yang umumnya dilakukan secara lisan atau pun verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Komunikasi yang terjadi pada masyarakat modern saat ini tentu sangat dipengaruhi dengan adanya *handphone* sebagai media penghubung, atau alat komunikasi yang dapat memudahkan manusia dalam melakukan penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lainnya.

Saat ini *handphone* tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua individu. Kegunaan teknologi tersebut

dapat dirasakan manusia sejak banyak bermunculan teknologi komunikasi multifungsi seperti ponsel yang dapat digunakan untuk mempermudah proses tukar menukar informasi antar penggunanya. Selain sebagai media bertukar informasi, kenyataannya saat ini masyarakat juga menggunakan ponsel sebagai alat bantu seperti mengirim data pekerjaan, tugas sekolah, bahkan media untuk penghilang penat dengan bermain *game*.

Dalam perkembangannya, *handphone* yang digunakan manusia mulai berubah. Dan dikenal menjadi *smartphone* atau ponsel pintar. *Smartphone* tidak berbeda jauh dengan *handphone*, perbedaan utamanya adalah *smartphone* dilengkapi dengan fitur dan aplikasi yang lebih canggih daripada *handphone*. Selain fitur dan aplikasi yang lebih canggih, desain milik *smartphone* lebih elegan dilihat dari bentuk nya lebih ringan.

Perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan sistem operasi yang digunakan oleh *smartphone* pada saat ini adalah sistem operasi android atau IOS yang merupakan sistem operasi yang lebih stabil.

Lembaga riset *digital marketing Emarketer* memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia akan mencapai lebih dari 100 juta pengguna (tempo.com). Jumlah tersebut menempatkan Indonesia menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika. (techinasia.com).



Gambar 1. 1. Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia

(Sumber: Techinasia.com)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. *Smartphone* sebagai ponsel cerdas memiliki kemampuan dengan penggunaan dan fungsinya, seperti komputer yang dilengkapi dengan sistem operasi yang canggih. Produsen berusaha menciptakan *smartphone* yang menawarkan berbagai macam keunggulan seperti, fitur, harga, promosi dan sebagainya agar dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Berdasarkan informasi dari kumparan.com yang memaparkan bahwa Lembaga Riset *International Data Centre* telah merilis laporan pasar *smartphone* di Indonesia Samsung masih di peringkat pertama dalam daftar *smartphone* terlaris di dunia. (kumparan.com 2018).

Eksistensi Samsung di industri *smartphone* dapat terus dipertahankan di tengah persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Namun berdasarkan informasi yang dimuat kompas.com yang menjelaskan bahwa Samsung justru dilaporkan

kehilangan 0,3 % pangsa pasar dan pertumbuhannya disebut melamban. vendor Korea Selatan tersebut cukup tertekan dengan persaingan vendor asal China, seperti Vivo dan Oppo. (tekno.kompas.com 2018).

Mempertahankan konsumen agar tidak melakukan keputusan pembelian terhadap merek lainnya merupakan hal yang tidak mudah karena konsumen memiliki hak penuh untuk memilah-milah produk dari berbagai macam merek yang tersedia. Oleh karena alasan di atas, perusahaan perlu untuk mempelajari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman mengenai produk yang mereka dan perusahaan pesaing jual di pasar. Sehingga, perusahaan dapat dengan mudah mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada merek tertentu.

Faktor pertama yang mempengaruhi terjadinya keputusan pembelian adalah fitur produk. Fitur produk merupakan sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Berbagai produk yang serupa dapat dilihat berbeda oleh konsumen dari perbandingan fitur di dalamnya, yaitu perbandingan kelengkapan fitur, kecanggihan fitur, atau keistimewaan yang ditonjolkan dari satu fitur di suatu produk dibandingkan dengan produk yang lain. Salah satu yang menjadi bagian terpenting dari fitur produk saat ini pada *smartphone* adalah daya baterai.

Berdasarkan suvey awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa kurangnya daya batrai dan adanya fitur *fast charging* pada Samsung, akhirnya membuat mereka mempunyai berbagai pertimbangan untuk tidak membeli

smartphone tersebut. Hal tersebut terjadi karena fitur *fast charging* terdapat pada Samsung yang diperuntukkan untuk pasar menengah atas, sementara Samsung lebih diperuntukkan untuk pasar menengah bawah

Disamping itu, Samsung sendiri dibekali sejumlah fitur unggulan. Salah satunya ialah fitur *Signal Max* yang memungkinkan *smartphone* menangkap sinyal lebih kencang karena dilengkapi dual antena. Namun di balik kecanggihannya, sejumlah pengguna sering mengeluhkan beberapa fitur yang memiliki kekurangan dibandingkan merek lain.

Seperti berita yang dimuat oleh idntimes.com, Samsung memiliki kekurangan pada *processor* yang tergolong sudah ketinggalan zaman dibandingkan merek lain, selain itu walaupun baterai yang dimiliki *samsung* tergolong memiliki kapasitas yang cukup besar namun tidak terdapat fitur *fast charging* dan yang terakhir adalah terdapat kelemahan pada fitur kamera depan yang terbilang biasa saja karena memiliki resolusi yang rendah apabila dibandingkan dengan merek lain (idntimes.com)

Padahal fitur produk merupakan faktor yang sangat penting bagi industri *smartphone*, hal ini dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yitzhak Armando dan kawan-kawan (2015) bahwa fitur produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Roseli *et al* (2016) juga menyatakan bahwa *based on the statistical analysis, all variables namely product features, brand name, price and social features have a positive relationship with the consumers buying decision*. Artinya, berdasarkan analisis statistik, semua variabel

yaitu fitur produk, citra merek, harga dan fitur sosial memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Berdasarkan suvey awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa kurangnya daya batrai dan adanya fitur *fast charging* pada Samsung, akhirnya membuat mereka mempunyai berbagai pertimbangan untuk tidak membeli *smartphone* tersebut. Hal tersebut terjadi karena fitur *fast charging* terdapat pada Samsung yang diperuntukkan untuk pasar menengah atas, sementara Samsung lebih diperuntukkan untuk pasar menengah bawah.

Selain fitur produk, faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain produk. Desain merupakan salah satu hal yang utama dari suatu produk. Hal ini dikarenakan desain adalah hal yang pertama kali dapat dilihat oleh konsumen walaupun belum menyentuh produk tersebut. Desain produk *smartphone* saat ini sangat banyak.

Bahkan di tahun 2017 (tirto.id), sudah hadir *smartphone* dengan *full touch screen*, berat yang dimiliki *smartphone* pada saat ini juga sudah jauh lebih ringan dibanding *smartphone* sebelumnya. bahkan saat ini *smartphone* sudah di desain untuk memiliki kamera ganda di bagian depan dan belakang, menghilangkan *keypad* untuk volume *up* dan *down*, mendesain sensor sidik jari untuk *unlock screen*, serta untuk beberapa *smartphone* tertentu sudah mulai menghilangkan *port* untuk *earphone* dan *charging*.

Namun tidak semua desain yang dikeluarkan oleh produsen *smartphone* sesuai dengan keinginan para konsumen. Hal ini dikarenakan banyaknya produsen

smartphone yang menyebabkan konsumen mencari perbedaan desain yang unik dibandingkan *smartphone* yang beredar di pasaran rata-rata. Bila desain tidak menarik maka konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

Seperti berita yang dimuat oleh tribunnews.com, *smartphone* Samsung dinilai memiliki desain yang monoton apabila dibandingkan merek lain. Desain yang monoton nampaknya membuat konsumen cukup bingung dalam melihat seri melalui bentuk dan modelnya. (tribunnews.com).

Desain produk juga merupakan faktor yang sangat penting bagi industri *smartphone*, hal ini dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti (2015), bahwa desain produk berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi dan Jatra (2013) menyatakan bahwa, kualitas, fitur, desain, kemasan dan merk berpengaruh signifikan secara serempak terhadap keputusan pembelian produk *hanphone*.

Menurut survey awal yang peneliti lakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta bahwa desain *smartphone* Samsung terlihat terlalu ringkih dan desainnya kurang menarik bagi konsumen, yaitu tidak terlalu banyak perbedaan antara series yang satu dengan series yang lainnya. Oleh karena hal tersebut, konsumen kurang tertarik dan menyebabkan rendahnya keputusan pembelian *smartphone* samsung

Berdasarkan uraian-uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dua di antaranya yaitu fitur produk

dan desain produk. Keduanya memiliki pengaruh yang sangat penting bagi produsen *smartphone* guna mencapai keputusan pembelian yang maksimal. Berdasarkan latar belakang permasalahan peneliti, tertarik untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan rendahnya keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh fitur produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat, serta dapat dipercaya dan diandalkan tentang:

1. Pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
2. Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
3. Pengaruh fitur produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai fitur produk dan desain produk dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

2. Bagi Tempat Penelitian

Penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan pemahaman lebih mengenai pentingnya fitur produk dan memberikan penjelasan mengenai desain produk yang baik pada konsumen, agar konsumen dapat meraih keputusan pembelian yang maksimal.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini berguna untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya mengenai fitur produk dan desain produk dengan keputusan pembelian.